

## ESTILS



# Llegir, piular i gaudir

Proliferen les eines per compartir a internet les valoracions sobre literatura, teatre i sèries de ficció: experts i usuaris coincideixen que la cultura compartida resulta més plaent

NEREIDA CARRILLO

**C**el·lulosa en el tacte, una xocolatina com a punt de llibre però també per lluitar contra la gravetat que vol tancar les pàgines i al costat... un teclat. Laura Borràs, directora de la Institució de les Lletres Catalanes, confessa que llegeix així. I no és l'única. La tecnologia, explica Borràs, "s'ha acabat infiltrant en gairebé tots els camps de la nostra vida". També en la lectura, en el consum compartit de televisió i sèries de ficció i en les obres de teatre que es valoren a Twitter amb l'etiqueta #postfunció. La cultura és més que mai 2.0 i per Borràs això té una explicació diàfana: compartir la cultura la fa més plaent. "La lectura és un acte solitari, íntim, personal", assegura la directora de la Institució de les Lletres Ca-

talanes. Però afegeix que estudis recents fets en adolescents confirmen que "una de les maneres de generar plaer és que comparteixin la lectura". I això precisament és el que es fa cada vegada més a les xarxes socials.

La imatge bucòlica dels nous lectors té també el seu equivalent televisiu, la dels nous espectadors que, amb peücs o manteta, jeu en el sofà, contemplen la televisió, però li fan el salt intermitentment amb una altra pantalla, la de l'*smartphone* o la tauleta. Així ho indica l'informe de 2013 de Tuitele, una empresa que analitza les converses a Twitter sobre programes de televisió. Segons el document, 1.290.697 ciutadans espanyols van comentar a temps real el desembre del 2013 els programes de televisió que visionaven. I un altre estudi, *Un año de televisión social en España*, afirma que un 32% de tots els comen-

taris a Twitter que es fan a Espanya durant el *prime time* (horari de màxima audiència televisiva) són sobre programes televisius.

## Piulem fragments

¿La gent s'aboca a la lectura dels llibres que han entusiasmat els amics que ho expliquen a Facebook? ¿Hi ha el desig que els seguidors de Twitter no facin espòilers sobre les sèries de televisió però sí que en recomanin? Per Borràs, els usuaris que expliquen les seves aventures literàries a les xarxes permeten "amplificar" la literatura i "obren les portes a d'altres perquè puguin fer el mateix camí". La literatura també s'encomana a través de la xarxa de l'ocellet. Una bona prova d'això són les fotografies de llibres i els fragments d'obres que es comparteixen amb etiquetes com ara #llegimipiulem o #piulempoesia, però també les que fan referència



**COMPARTIR EXPERIÈNCIES**  
Sota el *hashtag* #postfunció s'hi recullen desenes de crítiques d'obres teatrals. GETTY



a autors, alguns revisitats per alguna efemèride com ara Miquel Martí i Pol, de la mort del qual es van complir l'any passat 10 anys, o 20 en el cas de Vicent Andrés Estellés.

Igual que passa amb la lectura, la manera com es veu la televisió també ha canviat. Ho explica Anna Tous, professora de periodisme a la UAB i investigadora en ficció televisiva. De l'antic visionat familiar, s'ha evolucionat cap a dues noves formes, segons comenta. El consum audiovisual pot ser ara individual amb els *smartphones*, les tauletes o plataformes de vídeo *online*. “Cadascú –explica Tous– fa el visionat que li interessa d'una manera més privada” i després es comenta a les xarxes socials. O bé, afegeix, els amics queden per fer maratons de sèries de moda com ara *Homeland*, *Breaking bad* o *True detective*, cosa que no deixa de ser, segons Tous, “un exponent de l'auge de les sèries”.

#### Mirada d'eines i perfils

La cultura compartida també té la seva expressió en múltiples plataformes i webs on es poden llistar i comentar les obres literàries i audiovisuals que s'han consumit i veure els comentaris d'amics per triar

nous passatemps culturals. Així, a Goodreads.com es poden puntuar llibres. Un total de 25 milions de persones han valorat 750 milions de llibres en una plataforma que va néixer ara fa set anys. També es comparteixen impressions als clubs de lectura virtuals. A la Institució de les Lletres Catalanes funciona el *Què llegeixes*, que inclou tres grups de lectura diferenciats per edat: el llapis, fins als 11 anys; el boli, entre els 12 i els 16, i el ploma, de 17 anys en endavant. Entre tots tres, agrupen 15.809 usuaris.

Pel que fa a sèries i televisió, hi ha eines com ara Series.ly, Qvemos o l'aplicació FOXfan, en les quals, com s'estableix a la presentació, “només es parla de sèries”. I els comentaris i valoracions a la xarxa s'enriqueixen també des de molts perfils oficials de sèries, pel·lícules, programes de televisió i personatges amb els quals es crea expectativa, es recuperen continguts antics o es revelen detalls dels propers capítols; la ficció té una nova vida a la xarxa.

#### Compartir per plaer

Els experts consideren que el consum cultural compartit és més plaent i pot generar més adeptes, però influeix també en els creadors? Tous explica que els usuaris van començar a comentar continguts televisius a la xarxa o als fòrums amb *Gran Hermano*, i afegeix que aquest fenomen s'incrementa amb Facebook i Twitter. Aquesta investigadora creu que els comentaris de l'audiència sobre “personatges, trames o decisions dels guionistes” poden ser tinguts en compte però, puntualitza, “sempre amb uns límits molt establerts”. Afegeix que aquest tipus d'accions poden ser més efectives si són col·lectives, amb campanyes a la xarxa, que si són “comentaris molt heterogenis on cadascú hi diu la seva”.

Pel que fa a la literatura, Borràs considera que hi ha autors que fan servir les xarxes per establir “una aliança” amb els lectors, però també n'hi ha que prefereixen quedar-ne al marge. Un altre dels avantatges de la cultura compartida en xarxes socials és que permet innovar en formats, com ho va demostrar la *tuitnovel-la Serial chicken* de Jordi Cervera. També fomenta la creativitat, com es pot copsar amb l'etiqueta #microconte. Borràs subratlla que, amb les noves eines, a les xarxes la literatura viatja “lliure de fronteres i fins i tot de suport”, considera que permet viure i reviu texts literaris “sense embolcall, sense vestit, com la paraula nua”. La literatura compartida és paraula nua i clàssica, cel·lulosa; modernitat amb nous teclats i també plaer, per les xocolatines i els tuits. ■

#### DICCIONARI

## Dels 'booktubers' al consum 'binge'



#### 'Booktuber'

##### Ressenyes de llibres a YouTube

Són persones que fan ressenyes dels llibres que han llegit a YouTube. Es tracta d'una tendència en auge sobretot entre els adolescents. Per Borràs, “és un fenomen de socialització de la lectura molt interessant perquè permet detectar els elements que han despertat l'atenció dels joves lectors” i dóna les claus per fidelitzar-los en aquesta experiència.



#### Audiència social

##### Mirar la televisió i tuitejar al mateix temps

Les cadenes de televisió i les productores tenen cada vegada més un ull posat en el que s'anomena l'audiència social, és a dir, de tota la gent que està veient la televisió i tuitejant al mateix temps, quin percentatge ho fa sobre un determinat programa o sèrie. És un termòmetre per mesurar si els televidents comenten o no un programa a Twitter. I si ho fan amb crítiques o lloances.



#### Consum 'binge'

##### Visionats maratonians

Les sèries de televisió es veien abans amb les pauses corresponents de publicitat i de manera dosificada: un capítol cada setmana. Ara internet ha canviat aquests hàbits i, a més de veure sèries sense talls publicitaris, es pot escollir el nombre de capítols. Les maratons de caps de setmana són habituals, formen part del consum *binge*, una paraula que significa justament això, afartament.